

〈追憶文〉

橋本勲先生追悼

近 藤 文 男

平成19年2月6日、橋本勲先生が逝去された。享年85歳であった。死因は心筋梗塞というあまりにも突然の死去であったので驚いている。先生はヘビースモーカーで、どちらかといえば若い頃から健康にはあまり気を遣わない方であったが、近年は健康に関する本を読んだり、散歩をするなど健康管理をされていただけに残念でならない。先生のお人柄は温厚で、学生や院生に対しては非常に優しい人間味溢れる人であった。学者としての先生は学問を大切にされ、学問に対して非常に厳しい人であった。

橋本先生が香川大学経済学部から京都大学経済学部へ赴任されたのは、昭和37年9月であった。その翌年の4月に経営学第二講座が新設され、橋本先生はその商学部門のマーケティング論の科目を担当された。当時、日本の大学でマーケティング論の講義が行われていた大学は、国立大学の中では商学系の大学を別にすると旧帝大系では京都大学ではなかったかと思う。

その頃は日本にマーケティングが導入された時期であり、マーケティングとは何か、その性格、実態についても定かでなかった。英語の marketing という用語は今ではカタカナでマーケティングと定着しているが、当時は日本語で市場論と言ったり、配給論とも訳されていた時代であった。

当時の経済学部では講座制が確りと敷かれており、そこでは教授を中心に各講座が運営されていた。大学院での講義は、どの講座も教授が中心となり、そこに助教授や講師、助手が加わり、その下に少人数の大学院生が参加するという状況であった。大学院でのマーケティング論の講義では、商業論と国際経済学を担当していた松井清教授を中心に、当時助教授であった橋本先生が加わり、大阪商工会議所（後立命館大学教授）の秋本育夫先生、名城大学

の有富重尋先生、関西大学の柏尾昌哉先生、大阪外大の梅津和郎先生などが参加され、その下に博士課程の上岡正行さん、修士課程の私と山本義則さん、それに研究生として関西大学助手の保田芳昭さんなどが参加していた。人間を大切にされ、学生に対しても対等な扱いをされる橋本先生が、後に私が経済学部の助教授として赴任した時、「近藤君、助教授というのは研究者として半人前だからね。そう心得ときなさい」といわれたときは、その真意について深く理解できなかった。講座制の環境のもとの教授と助教授の関係の厳しさを経験する中で、先生のご苦勞を初めて理解することができた次第である。とはいえ、当時は経済学部の教官数も20名弱という少人数で、院生数も教官数と同じくらいで、講座制とはいえ講座間の交流があり、非常にアカデミックで自由な学問の雰囲気は漂っており、院生は講座の枠を超えて所属している以外の研究室を訪ね幅広く学ぶ機会を得ることができたものでした。

ゼミのテキストは、アメリカで出版されたばかりの研究書、Kelly & Lazerの *Managerial Marketing*, 1964. を使用し、ゼミは橋本先生が中心になって運営されていた。橋本先生を除きほとんどの人がマーケティング論に関する研究は、初心者であった。したがって、テキストに出てくるマーケティングの内容はもちろん、そこに出てくる用語の日本語訳の表現をめぐって、あれこれ議論したものである。マーケティング論に関しては全く勉強したことのない大学院生の私は、ゼミでの報告のレジュメづくりで東の空が白みかかっているにもかかわらず、内容はおろか適切な日本語訳が見つからず苦闘することがしばしばであった。

先生のご専門は、商業論とマーケティング論であり、先生はこれらに関する数多くの業績を出されている。前者の代表的な業績は『商業資本と流通問題』（ミネルヴァ書房、昭和45年）に見られる。後者の代表的な業績は『マーケティング論の成立』（ミネルヴァ書房、昭和50年）を挙げることができよう。

前者は商業と流通に関して、経済学における「プラン問題」を踏まえて理論的考察をした労作である。従来産業資本のうけもつ流通費用も商業資本とともに生産的であるという通説に対して、資本一般を取り扱う論理的展開の過程では流通費用は不生産的であるが、商業資本が問題となる競争の段階では逆転現象が生じ生産的なものとなるという、見解を示された。この見解は

海外の研究者からも高い評価をされている。この本は京都大学から博士学位を取得し、また商業学会の学会賞を受賞されている名著である。

前者は橋本先生が京都大学に赴任される以前の研究生活の前半部分のお仕事で、後著は先生が京都大学に赴任されて以降のお仕事であり、日本におけるマーケティング理論のパイオニア的研究であり、今なおマーケティング研究者にとって必読書となっている。

マーケティングが地球上でいち早く登場したのはアメリカであり、それを背景にマーケティングが理論化されたのもアメリカの学者の手によってである。アメリカのマーケティング理論を日本に紹介した学者は、すでに戦前に京都大学の谷口吉彦教授、神戸大学の福田敬太郎教授、一橋大学の山中篤太郎教授などがいたが、橋本先生はアメリカのマーケティング理論の単なる紹介にとどまらず、先生独自の体系化を試みた最初の人であった。その成果は先に紹介した『マーケティング論の成立』として出版されている。本書はアメリカのマーケティングに関する文献を丁寧に渉猟し、それを克明に分析された上で、アメリカのマーケティング論を、社会経済的マーケティング論と企業的マーケティング論の2つに類型化され、それが現代のマーケティング論研究の源流となっていることを主張されている。幸い経済学部の図書館は、マーケティング成立期の文献の宝庫であったので、それを自宅の研究室に宝物のように持ち帰り、日夜分析されていた。私が先生のご自宅を訪問したときは待っていましたとばかりに、応接間上がるやいなや、具体的な内容はよく覚えていないが、「近藤君、こんなに考えるのだけれど、君はどう思うかね」と矢継ぎ早にマーケティングについての質問が飛んできた。その頃、マーケティングの研究に馴染めなかった私は、先生のご自宅を訪問することに気が重くなり、次第に訪問の回数が減っていった時期があった。あの時、先生の質問に逃げることなく正面から立ち向かっておれば、もっと私のマーケティングの研究も進み、後に苦勞しなかったであろうと、今になっても後悔している。

先生は早くからマーケティング研究に際しては、国際的視野を持って研究をすることを重要視し、国際交流にも積極的に進められ、マーケティング学説の第一人者であるアメリカのオハイオ大学のロバート・バートルズ教授と

の親交を深められた。そのおかげで私たち院生もバートルズ教授が京大を訪問される度に、教授とディスカッションする機会を与えていただき、アメリカの第一線のマーケティング学者と接する幸運に恵まれ、マーケティング研究に大きな刺激となった。また、そのお陰で国際的視野を持った研究の重要性を身につけることができた。

また、西ドイツ（現ドイツ）のマーケティングの第一人者であるマンハイム大学の R. ディヒトル教授との交流を積極的に行われた。お陰で私はマンハイム大学に客員教授として招聘され、3ヶ月間マンハイム大学で講義と共同研究する機会に恵まれた。

マーケティングは実学的性格の強いものであるからこそ、先生は常に、理論的、かつ歴史的に考察することの重要性を強調された。現在、マーケティングは学問的にも細分化し、専門化しており、その内容も多様化、複雑化しており、ともするとその基本的な性格を見失いがちになり易い。その様なとき、マーケティングの源流にさかのぼり研究することは今日ますます重要性を増しており、先生の研究が一層光り輝いているといえよう。

橋本先生は研究を大切にされるとともに、教育や学会活動にも多大なエネルギーを注がれた。日本商業学会の理事、とりわけ研究理事と運営理事として長い間にわたり活躍され、学会の発展に研究面から貢献されている。

橋本先生の指導を受けた人を中心としたメンバーによって構成されている商業論研究会では、先生の多大なご教授を仰いだ。この研究会は昭和48年に松井清先生によって作られたが、それを引き継ぎ、実質的に発展させたのは橋本先生であった。おかげでこの研究会はその成果を数多く出している。研究会は現在もお引き続いている。

学部運営面においても、先生は経済学部の苦難の時期に、学部長、評議員の重責を果たされている。昭和49年1月から同52年2月まで大学評議員として大学の運営に参画され、京都大学にける学術の発展と教育に多大な貢献をされている。特に、昭和52年5月から同53年1月まで経済学部長をされた時期は、京都大学全体の紛争の嵐もピークを過ぎ、沈静化に向かっていたとき

とはいえ、経済学部固有の問題でその解決に正面から取り組まなければならなかった苦難の時期である。その解決に苦勞されたようであるが無事解決されたことをお聞きしている。

なお、平成15年春、勲三等旭日中綬章を授与され、橋本ゼミの学部卒業生と院生が京大会館に集まりお祝い会をもった。その時の笑顔が今なお脳裏に焼き付いている。

最後に先生のご冥福をお祈りしたい。